

經濟部幕僚單位及行政機關人員從事兩岸交流活動報告書

赴大陸上海參加「2013年上海國際食品展」及評估設立分公司之可行性

研提人單位：台灣糖業股份有限公司企劃處、商品行銷事業部

職稱：企劃處組長、商品行銷事業部經理、業務管理師

姓名：劉錫原、田村上、莊艷慧

參訪期間：102年11月11日至16日

報告日期：102年11月26日

政府機關(構)人員從事兩岸交流活動(參加會議)報告

壹、交流活動基本資料

- 一、活動名稱：赴大陸上海參加「2013年上海國際食品展」及評估設立分公司之可行性
- 二、活動日期：102年11月11日至16日
- 三、主辦(或接待)單位：中華民國對外貿易發展協會
- 四、報告撰寫人服務單位：台糖公司企劃處、商品行銷事業部

貳、活動(會議)重點

一、活動性質

上海是中國大陸重要的經濟、商業中心，港口是世界最大的貨櫃港，生產總值為大中華區第1位、亞洲城市第2位，重要產業包含商貿流通、金融、信息、房地產、製造等。上海國內生產總值(GDP)約人民幣20,101億元，人均生產總值(GDP)約人民幣85,033元，約佔中國4%。2012年中國4大直轄市人均萬美元以上計30區，上海即已囊括11區，天津有8區、北京有6區、重慶有5區。

上海市是中國第一大城，市區總人口世界第一，常住人口約2,380多萬人，其中戶籍人口約1,420多萬人，非戶籍常住人口約960多萬人，另有16萬外國人常年居住於上海；常住人口比起台灣戶籍人口2,332多萬人多。

上海市轄16個市轄區，1個縣，其中黃埔、徐匯、靜安、長寧、普陀、轄北、虹口、楊浦為傳統中心城區，包括浦東部份地區在內的外環以內地區亦屬中心城區範圍。由於便捷的地理及經濟樞紐位置，上海是中國國有企業和跨國公司的註冊地或大中華區總部所在地，對於世界級大公司的群聚效應正逐步增強。2013年9月29日上海自由貿易區正式掛牌成立，為中國第1個自由貿易區，上海將再度成為外資關注地區。

隨著上海經濟的快速發展，當地居民生活水平迅速提昇，購買力隨之增加，反映在零售業的快速成長。量販店部分，家樂福、沃爾瑪、大潤發、易初蓮花、樂購、麥德林、世紀

聯華、好又多等展店迅速。進口高檔超市部分，久光百貨超市、O'le超市、City Super等亦吸引金字塔頂端消費者駐足。

便利店部分，目前上海有6千多家便利店，包括內資的快客便利店(百聯集團華聯超市)、可的便利店(農工商集團)、好德便利店(農工商集團)、良友金伴便利店(上海糧食集團)，外資的羅森便利店(日本羅森株式會社)、全家(頂新集團)、喜士多(台灣潤泰集團)、7-11(台灣統一集團)等；農工商集團的可的、好德門店已超過2千家，全家已突破千家門店，各家便利店蓬勃發展。

「2013年秋季上海國際食品展」於102年11月13日至15日在上海新國際博覽中心舉行，該展會由奧偉國際展覽聯盟-華漢國際會議(上海)有限公司主辦，該公司在中國第一次辦展是在1982年，至今已於中國各地及香港舉辦70多場展會。本(17)屆FHC CHINA展覽面積5萬4千平方公尺，包括來自70個國家和地區的1,820家公司共同參與，吸引16,841個零售、餐飲、分銷等專業廠商進場參觀，主要為中國大陸及亞洲各國食品進口商、經銷商、零售商、飯店及餐飲業者；本展是台灣業者進軍大陸華東市場之重要管道。

本展計有5個館，除1號館為葡萄酒專區(Prowine)外，2號館至5號館分別為各國國家館，展場面積以台灣地區占地最廣，其餘依次為西班牙、韓國、美國、英國、德國等；另外中南美洲的阿根廷、墨西哥、巴西亦前來參展。展品包含醃製食品、水果、海鮮、奶製品、肉類、糖果、巧克力、橄欖油、調味品、醬料、茶、咖啡等。

美國館包含42家食品和飲料公司，產品包含飲料、奶製品、堅果、乾果、果蔬、海鮮等，奧地利館展品主要為葡萄酒、水、餅乾、糕點、巧克力；西班牙、法國、義大利等國則以橄欖油、香料、醬料等為主；英國則以餅乾、巧克力、紅茶為主。

為協助台灣業者開拓海外市場，經濟部國際貿易局主辦，外貿協會建置的台灣館，位5號館館內，台灣食品區和美國、新加坡、韓國等國位同一展覽館。台灣館計有128個攤位，網羅96家廠商展出500項商品，展出類別包含糖果餅乾、飲料、蜂蜜、生鮮水果、休閒食品、高山茶、咖啡、冷凍食品、釀造醬油及農漁畜產品等；另有嘉義縣及高雄市設置地方物

產館參與展出。

除了濃濃台灣味外，為推廣台灣清真認證食品，外貿協會首度在展場內設立「台灣清真食品形象館」，展出好帝一、得意中華、潤泉、馬玉山、情人蜂蜜、宏基蜜蜂工廠、三鷹食品等17家已取得台灣清真產業品質保證協會(THIDA)認證廠商商品；醒目的清真寺造型攤位，結合伊斯蘭、穆斯林形象吸引許多參觀者入內參觀。

台灣館內之縣市政府形象區「嘉義物館館」及「高雄首選」，計有15家農漁會及食品業者參展，展品包括芭樂、酵素、紅龍果、蜂蜜、果乾、虱目魚丸等地方農特產。嘉義物展館展區設計特別融入「阿里山、日出、雲海、櫻花、鐵道、茶」之地方特色，帶出田園城市甜美形象，現場穿著鄒族服飾的亮妹非常吸睛。

目前台灣禽畜產品可直接出口至中國大陸的僅有元進莊、台畜、浚良、嘉一香等4家業者，也都在台灣館內展出多項新品，多家當地高檔超市對台灣肉乾、皮蛋、調理雞肉及豬肉製品都深感興趣。

另外，為積極拓展台糖公司之事業版圖，本次赴上海地區蒐集相關資料並評估於大上海地區設立分公司之可行性，俾便未來辦理台糖公司產品（包括保健食品、化妝品等）進口之審批註冊、拓銷台糖商品、爭取貿易經銷商及通路業者、市場商情調查、產品展示、業務聯絡、技術交流與調查等事宜。

二、活動內容

為了提升台糖公司形象及拓銷台糖產品，本次參展人員攜帶台糖暢銷產品參與食品展會，包括沖調穀粉、薑母茶、餅乾類、水果醋、魚罐頭、肉鬆、肉乾、蜆精及保健類等，產品品項含蓋砂糖、畜殖、生技、商銷事業部商品。3天展覽期間，藉由辦理試吃活動，吸引民眾目光，許多當地通路業者蒞臨本公司攤位參觀，工作人員藉機說明產品特色、成份與功能，展品中以薑母茶、沖調穀粉類、肉乾等產品詢問度較高。

此次展出的主要內容為本公司各類暢銷產品，經由台糖公司參展人員及當地合作廠商工作人員的解說，輔以大型海報、產品手冊等廣宣物的加強，參觀者對於台糖公司係綜合食品公

司留下深刻印象，亦已達到推廣台糖公司品牌形象之目的。

由於本展為專業食品展，參觀者以專業廠商為主，台糖公司工作人員把握機會向參觀之廠商，介紹台糖公司背景及較具特色商品，並與較具潛力的廠商進行討論，了解當地消費市場特性、當地消費習慣，以及當地通路的情況，以作為日後擬訂大陸通路策略之參考。

為把握商機，很多台灣企業已在大陸設立分(子)公司，俾進行實質業務拓展。本次亦藉由參加食品展活動進行產品與通路市場調查，進一步瞭台糖本公司產品在大陸的銷售狀況及大陸經銷台糖產品廠商遭遇之問題，可作為台糖公司產品改善及評估設立分公司之參考依據。

目前台糖公司在大陸尚無常設機構，未來若能在大陸設立分公司，首先必須對設立分公司的大陸法規及申請手續過程有所瞭解，故拜訪上海當地協助辦理設立分公司之代辦顧問公司。同時參訪上海自由貿易區及昆山花橋經濟開發區，瞭解外國公司在大陸設立分(子)公司之情形。另外保健食品及化妝品為未來台糖公司銷售大陸地區重點發展品項之一，故蒐集在大陸申請保健食品(藍帽子)審批的一些相關規定，作為日後申請之參考資料。

三、遭遇之問題

許多上海當地零售業者對於台糖肉酥、肉乾深感興趣，但因台灣目前仍為口蹄疫通報地區，豬肉及其製品無法出口外銷。惟在先前兩岸以小三通為主的經貿時代，台糖公司已透過上海當地經銷商，將台糖肉鬆等系列產品，鋪銷到上海各高端超市，如久光超市、城市超市等，由於台灣口蹄疫之故，同時台糖公司非屬外銷中國大陸第一波之名單，因此，台糖公司豬肉及其製品目前無法以海關方式出口大陸。

四、我方因應方法及效果

農委會已取得中國商標局之CAS台灣優良農產品證明標章註冊證，但依據中國大陸法律規定及國際通行作法，故加工畜禽產品輸銷中國大陸需依中國國家質檢總局之「禁止動物疫病流行國家/地區輸入的動物及其產品一覽表」顯示台灣之畜禽產品需完成准入程序後，檢附證明文件始得輸往中國大陸。

而台糖公司早已於100年申請並列入第二波申請名單，但據中央畜產會表示中國國家質檢總局遲未規劃來台訪廠，將持續注意農委會及中央畜產會於未來兩岸交流時是否將此列入議題討論。

五、心得及建議

隨著上海經濟快速成長，居民購買力增加，高檔超市逐漸發展，舶來品品項日漸齊全，當地民眾對於生活品質的要求更趨嚴格；而台糖公司商品品質與口感雖受消費者肯定，但包裝並未受青睞，處於包裝精美的百貨超市進口品區，確實不易突出，建議日後開發新品或更換包裝時，多加入現代化的美感元素，以吸引消費者目光，提高銷售業績。

大陸經濟日漸改善，市場規模廣大，對台灣製產品有所偏好，且由於台糖公司是國營事業，生產之產品更容易為大陸人民信賴，故對台糖公司而言，未來大陸商機潛力無窮。藉由本次赴上海實地瞭解，對當地市場有更深入之認識，不僅能對本公司現有商品經銷大陸有所幫助，對評估未來設立分公司亦有所助益。

參、謹檢陳參加本次活動之簡略情形如上，報請

鑒核並請轉中央目的事業主管機關及行政院大陸委員會備查。

職

劉錫原

田村上

莊艷慧

102年11月26日

所
意
屬
機
關
見